

店舗の外観・内装の商標制度による保護等について（案）

令和元年8月

1. 検討の背景

店舗の外観・内装は、従来、店舗の機能や美観に資することを目的に採用されてきたと考えられるが、近年では、企業が店舗の外観・内装に特徴的な工夫を凝らしてブランド価値を創出し、サービスの提供や製品の販売を行う事例が増えている。そのような中、不正競争防止法の事件¹において、店舗の外観・内装の保護を認める裁判所の判断がなされており、意匠法においては、特許法等の一部を改正する法律（令和元年5月17日法律第3号）により、店舗の外観・内装を含む建築物の空間デザインが保護対象として追加された²。

改正された意匠法では、独創的な空間デザインを生かしたブランド構築の取組を早い段階から保護する観点から、新規性、創作非容易性等の要件を満たす空間デザインが保護されることとなるが、空間デザインとして保護された店舗の外観・内装は、商品・役務の出所を表示するものとして識別力を獲得し、商標として機能する場合もある。

このような意匠の保護対象となるものも含め、商品・役務の出所を表示するものとして識別力を有する店舗の外観・内装を、商標として適切に保護し、企業のブランディング活動を支援する必要があるのではないか。

この点、現行商標制度との関係においては、店舗の外観・内装は、平成8年法改正により導入された立体商標制度により保護可能であるが、ユーザーの意見、諸外国の状況、新しいタイプの商標の保護制度との整合性をも踏まえれば、現行制度による保護は必ずしも十分なものといえない可能性がある。さらに、現行制度による保護を見直すにあたっては、店舗の外観・内装以外の立体的形状についても併せて検討することが望ましいと考えられる。

2. 現行制度の概要

我が国の商標法では、商標の定義に「立体的形状」が含まれていることから（商標法第2条第1項柱書）、店舗の外観・内装は、立体的形状からなる商標（立体商標）として、現行法上、保護の対象となり得る。

ただし、店舗スペースの制約等により完全に同一のデザインで展開することが事実上困難な場合や構成が複雑な場合がある店舗の外観・内装については、以下の権利範囲の特定に係る願書への記載方法及び審査運用の点において、現行の立体商標等により十分に保護されているかの懸念がある。

¹ コメダ珈琲店事件（東京地方裁判所・平成28年12月19日決定・平成27年(ヨ)第22042号）

² 令和元年5月17日公布。空間デザインの保護は公布日から1年以内に施行（政令）。

（１）立体商標の願書への記載方法

立体商標の出願においては、願書に「商標の詳細な説明」を記載することは認められていないことから、その登録商標の範囲は、文字や図形からなる商標と同様に、商標記載欄の商標のみに基づいて定められる³。

また、立体商標を商標記載欄に記載する際、標章とその他の部分を描き分ける記載方法（例えば、店舗を表す図形のうち、標章（商標を構成する部分）を実線で描き、その他の部分を破線で描く。）は認められていない。

（２）立体商標の審査運用

商標記載欄の商標が、立体的形状からなる店舗の内部を一方向から描いた構成からなるときは、立体的形状の端が商標記載欄に収まらないため、同欄の表示のみからは、立体的形状の全体の輪郭が明確に表示されているとはいえないと整理されている。

そのため、このような店舗の内装に係る出願について、立体商標としての構成、輪郭、態様を具体的に特定できないとの理由から、立体商標としての登録を認めていない⁴。

なお、店舗の立体的形状のみからなる立体商標は、使用によって識別力を獲得しない限り、原則として識別力を有さないものと判断し、登録を認めていない⁵。

（３）位置商標及び色彩のみからなる商標の願書への記載方法及び審査運用

店舗の外観・内装のうち、店舗の特定の位置に付する標章は位置商標として、店舗に用いられる色彩は色彩のみからなる商標としても保護の対象となり得る。

位置商標及び色彩のみからなる商標は、文字や図形からなる商標と同様の願書の記載方法では、商標の内容を明確に特定することができないことから、標章とその他の部分を描き分ける記載方法が認められている⁶。

また、権利範囲を明確化する観点から、願書に商標の詳細な説明を記載し、登録商標の範囲の決定に当たり、当該記載を考慮することとしている⁷。

一方、位置商標及び色彩のみからなる商標の場合にも、商標記載欄の商標が、店舗の内部を一方向から描いた構成からなるときは、店舗全体の輪郭が明確に表示さ

³ 特許庁長官は、願書に記載された立体商標が明確でない場合には、必要な説明書の提出を求めることができる（商標法施行規則第４条の３第２項）。ただし、この説明書は権利範囲の解釈に影響を与えるものではない。

⁴ 商標審査便覧 41.100.02（平成 28.4 改訂）

⁵ 商標審査基準改訂第 14 版 第 1.五.4(2)、八.8 及び 12

⁶ 商標法第 5 条第 1 項第 2 号、商標法施行規則第 4 条の 4 第 2 号及び第 4 条の 6

⁷ 商標法第 5 条第 4 項、商標法施行規則第 4 条の 8 第 2 項第 3 号、第 5 号及び商標法第 27 条第 3 項

れているとはいえ、店舗の内装全体における標章を付する位置又は色彩を付する位置を特定することができないとの理由から、位置商標又は色彩のみからなる商標としての登録を認めていない⁸。

3. 諸外国の状況

平成30年度に実施した、店舗の外観等に関する制度・運用についての調査研究⁹（以下、「調査研究」という。）により調査を行った15カ国・地域においては、店舗の外観・内装の立体的形状は立体商標として保護されている例が多く、使用されている色彩が色彩商標として保護されている例も見受けられた¹⁰。

商標の権利範囲の特定に関しては、店舗の外観・内装に関する出願について、商標の詳細な説明が願書に記載できないのは2カ国¹¹のみであり、他の国・地域では、必須（8カ国・地域¹²）又は任意（5カ国・地域¹³）であった。

各国・地域の店舗の外観・内装に関する事例を見ると、外観・内装の形状そのものについて識別力が認められている例は少なく、多くの登録例は、識別力のある文字や図形が付されているものや、使用による識別力を獲得した証拠が提出されたものであった。

なお、立体商標の出願方法について、店舗の外観・内装に関する商標とそれ以外に関する商標（商品の形状等）とで、商標の詳細な説明の記載の可否等の出願方法を区別している国・地域は見当たらなかった。

4. ユーザーの意見

調査研究において、アンケートに回答した者の2割弱が現行の商標制度による店舗の外観・内装の保護に不便な点があると回答し、うち他社店舗と区別できる特徴のある店舗を展開している企業では約4割に上る。また、当該制度の見直しを希望する者は回答者全体の4割弱、特徴のある店舗を展開している企業では約6割に上った。

具体的には、以下のような意見が寄せられた。

⁸ 商標審査基準改訂第14版 第1二.9(1)(i)、商標審査便覧56.01（平成30.4改訂）、同54.01（平成30.4改訂）

⁹ 平成30年度産業財産権制度各国比較調査研究等事業「店舗の外観等（トレードドレス）に関する制度・運用についての調査研究報告書」

¹⁰ 米国においては、店舗の外観・内装はいわゆる「トレードドレス」で保護されているとのことであるが、「トレードドレス」は米国商標法上の定義ではなく、判例及び審査基準で使用される概念であり、また、その保護対象も、商品又はその包装容器の形状、店舗の外観・内装、建築物の特定の位置に付される色彩等であって、他国の保護対象と大きな差異は見受けられない（調査研究報告書4～8頁）。

¹¹ ドイツ、フィリピン。

¹² 米国、オーストラリア、中国、台湾、シンガポール、ロシア、スウェーデン、メキシコ。

¹³ 欧州、英国、フランス、韓国、スペイン。

(1) 現行制度の不便な点

- ・（土地や店舗スペースの制約等により）店舗の外観や内装は常に同じにできないが、その点を考慮した制度になっていない
- ・ 立体商標制度で内装の保護を受けられない

(2) 制度の見直しについて

- ・ 店舗の外観・内装のどの部分について商標登録を受けたいのかを文章で特定しやすくすべき
- ・ 立体商標等の運用を柔軟にすべき

(3) 制度の見直しに関する懸念点

- ・ 商標調査の負担の増大
- ・ 権利範囲が不明確であることへの懸念
- ・ 周知性がない商標が登録されることに対する懸念
- ・ 類否判断の基準が不明確であることへの懸念
- ・ 他社の権利を侵害してしまうことへの懸念等¹⁴

5. 対応の方向性

(1) 立体商標制度の見直し（省令改正）

ア. 店舗の外観・内装

店舗の外観・内装は、諸外国においては立体商標として保護されている例が多く、構成が複雑になる場合がある店舗の外観・内装について、ユーザーからは、店舗の外観・内装を構成する要素のうち特徴的な部分を文章で明確にして権利化したいとのニーズがある。これらを踏まえ、我が国の立体商標制度においても、権利範囲を明確化するため、「商標の詳細な説明」を必要に応じて願書に記載できることとしてはどうか。これにより、権利範囲の特定が容易になり、先行商標との類否判断等にも資することが期待される。

また、店舗の外観・内装は、店舗スペースの制約等により完全に同一のデザインで展開することが事実上困難であるとの実情がある。そこで、立体商標を願書の商標記載欄に記載する際、権利化を求める部分と求めない部分とを描き分ける（例えば、標章を実線で描き、その他の部分を破線で描く。）ことを認めてはどうか。これにより、一つの出願で、店舗の外観・内装を構成する特徴的な要素を権利化し、様々な店舗デザインの展開に資するものと考えられる。

なお、商標調査の負担の増大についての懸念が多いことを踏まえ、特許情報プラットフォーム（J-P l a t P a t）¹⁵において、店舗の外観・内装からなる商標を検

¹⁴ 例えば、建物の工事開始後に登録された外観と類似することへの懸念、同業者間での訴訟の頻発化や莫大な改修費用等への懸念、景観条例等により他社との差別化が難しくなることで登録商標との類似が生じることへの懸念、などもあった。

¹⁵ 独立行政法人工業所有権情報・研修館（I N P I T）の提供する商標公報情報等の検索・閲覧サービス。

索しやすくするための方策（図形タームの付与等）を講じることが必要と考えられる。

イ．店舗の外観・内装以外

店舗の外観・内装に限らず、複雑な構成からなる商品等の立体的形状が立体商標として出願されている実情があり、また、ロングセラー商品において変更されることのない特徴的な部分を明確にして保護するニーズも同様にあると推測される。

また、諸外国においても、およそ立体的形状を立体商標として保護する際に、その願書の記載方法について、店舗の外観・内装とそれ以外の立体的形状とを分けている例は見当たらない。

店舗の外観・内装以外の立体的形状についても、権利範囲を明確化するために「商標の詳細な説明」を必要に応じて願書に記載できるようにすること、願書の商標記載欄において権利化を求める部分と求めない部分とを描き分けることは、ユーザーのメリットとなると考えられることから、店舗の外観・内装以外の立体的形状からなる立体商標についても、ア．と同様の対応としてはどうか。

（２）立体商標等に関する審査運用の見直し

５．（１）のように制度を見直す場合には、その審査運用を商標審査基準ワーキンググループにおいて検討する必要がある。

加えて、立体商標において、店舗の内装の端が商標記載欄に収まらない場合等の課題についても検討を行うべきではないか。ただし、位置商標及び位置を特定した色彩のみからなる商標について、商標記載欄に表された店舗の内装の端が同欄に収まらない場合にも、標章が付される位置が明確に特定し得るかについては、慎重に検討すべきではないか。

なお、店舗の外観・内装に係る識別力・類否判断等については、ユーザーからの周知性がない商標が登録されることに対する懸念、類否判断の基準が不明確であることへの懸念等を踏まえて、原則として店舗の立体的形状のみからなる商標は識別力を有しないことを前提とした上で、審査運用の明確化を検討してはどうか。